



Madrid, 10 de marzo de 2023

COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES

A los efectos de dar cumplimiento al artículo 227 del Texto Refundido de la Ley del Mercado de Valores, MAPFRE, S.A. (MAPFRE), pone en conocimiento de la Comisión Nacional del Mercado de Valores la siguiente

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

Adjunto se remite, para su puesta a disposición de los accionistas y público en general, el informe del Presidente del Consejo de Administración, D. Antonio Huertas Mejías, a la Junta General de Accionistas celebrada en el día de hoy.

Ángel L. Dávila Bermejo
Secretario General

ANTONIO HUERTAS
PRESIDENTE

Señoras y señores accionistas, muchas gracias por la confianza que nos otorgan un año más.

En esta intervención de cierre de esta Junta de Accionistas, quiero comenzar expresando nuestra solidaridad con Turquía y con Siria, tras los recientes terremotos que han sufrido. Como ya ha explicado Fernando Mata, el impacto en Turquía para MAPFRE será poco relevante, pero no somos ajenos al enorme dolor que esta catástrofe ha producido. También reiteramos nuestro apoyo al pueblo ucraniano, que lleva más de un año sufriendo una guerra injusta e inimaginable en la Europa próspera y pacífica del siglo XXI que veníamos construyendo.

Dicho esto, ahora voy a hacer un breve balance de lo que ha sido este 2022 para MAPFRE; después haré un somero repaso de los logros y principales líneas de acción en las distintas regiones y unidades de negocio en el mundo y, a continuación, presentaré los retos principales a los que nos enfrentamos este año y el siguiente, con una revisión de nuestro plan estratégico y la actualización de los que seguirán siendo nuestros objetivos aspiracionales para los dos próximos años.

El 2022 no ha sido fácil, como no lo fueron el 21, ni antes el 20.

No es una excusa, al contrario, es un reconocimiento de nuestra fortaleza, porque hemos sido capaces de saldar un año más un ejercicio muy satisfactorio en uno de los contextos más desafiantes a los que nos hemos tenido que enfrentar.

En 2020 acudíamos ante ustedes en la víspera de una pandemia mundial, y el año pasado presentábamos nuestro nuevo plan justo cuando comenzaba la primera guerra en suelo europeo en más de 20 años, una guerra que tristemente continúa hoy, con un saldo macabro de cientos de miles de vidas y millones de ciudadanos desplazados.

La guerra ha contribuido, pero no ha sido el único factor, al principal fenómeno que nos ha condicionado a todos, el resurgir de unas tasas de inflación desatadas.

Cuando parecía que el mundo desarrollado se había acostumbrado, de forma indefinida, a unos precios estables y a unos bajísimos o negativos tipos de interés, lo que no dejaba de ser esto último una aberración, de repente, hemos tenido que recuperar las lecciones aprendidas muchos años atrás, sobre cómo gestionar el negocio en un entorno de crecimiento de precios de dos dígitos y con un coste del dinero creciente.

Lo que comenzó con un desequilibrio importante entre la oferta y la demanda, aparentemente temporal tras los efectos de la pandemia, se agravó con el repunte de los precios mundiales de la energía y se ha visto consolidado tras la invasión rusa de Ucrania.

Ante esta situación, los bancos centrales se han visto obligados a subir de forma brusca los tipos de interés. Entre los primeros en hacerlo estuvieron algunos países de Latinoamérica, como Brasil o México, una maniobra de anticipación que les ha permitido, por ahora, gestionar esta parte del ciclo con relativa tranquilidad.

En los países desarrollados, aún no está claro si la Reserva Federal norteamericana y el Banco Central Europeo serán capaces de lograr ese ansiado aterrizaje suave, pero inevitablemente los efectos de la subida de tipos se dejarán sentir todavía en los próximos meses.

En resumidas cuentas, el contexto, entre inflación, crecimiento por debajo del potencial, secuelas de la pandemia, volatilidad en los mercados por las decisiones de política monetaria..., está lleno de circunstancias que no nos han ayudado en 2022.

Y, aun así, como decía al principio, hemos logrado cerrar un ejercicio muy sólido. Tan sólido, que hemos alcanzado los mayores ingresos de nuestra historia, a las puertas de esos treinta mil millones de euros de facturación.

Y eso es así porque en MAPFRE contamos con una serie de ventajas competitivas que nos permiten gestionar razonablemente bien esta situación. Destaco especialmente la diversificación, tanto geográfica, como de producto y de balance.

Permítanme que haga ahora un ligero repaso a las perspectivas de negocio en cada una de las distintas regiones mundiales y unidades de negocio en las que operamos.

Comencemos por IBERIA.

En 2022, en España hemos reorganizado nuestras estructuras internas para ganar en agilidad, eficiencia y competitividad, destacando la implantación de un nuevo modelo operativo en las áreas de tramitación y suscripción, y de un nuevo modelo comercial.

En No Vida, los ramos de mayor dinamismo han sido los de salud, empresas y multirriesgos. Autos ha estado muy afectado por el incremento de costes derivados de la elevada inflación y los ramos de patrimoniales por una mayor siniestralidad.

En Vida, la subida de tipos nos ha permitido volver a ofrecer productos de vida y ahorro con rentabilidades más atractivas, aunque a su vez ha provocado una fuerte reducción del valor de nuestras inversiones.

Nuestra red comercial sigue siendo el gran activo de la compañía, que nos permite seguir creciendo sosteniblemente y hemos implementado medidas específicas para mejorar la retención de nuestra cartera. Adicionalmente, desarrollamos un plan de corredores, que empieza a dar muy buenos resultados y trabajamos para robustecer nuestra propuesta de valor en concesionarios.

En el 2023 el gran reto continuará siendo crecer más que el mercado, y con mejor rentabilidad. Seguiremos centrados en seguir desarrollando nuestra estrategia de clientes, optimizar nuestros modelos de gestión, robusteciendo y ampliando nuestros canales de distribución, apoyándonos más en nuestros socios bancarios, Banco Santander y Bankinter, al mismo tiempo que continuaremos impulsando la transformación.

Consolidaremos los modelos operativo y comercial, y trabajaremos en el diseño de un nuevo modelo de productividad para los servicios centrales que maximice agilidad y eficiencia.

En autos continuaremos trabajando para reducir la siniestralidad.

En cuanto a vida, el escenario será muy positivo para la distribución de productos de ahorro y rentas vitalicias.

Vamos con LATINOAMÉRICA, donde MAPFRE alcanzó por primera vez el liderazgo absoluto en la región. El ejercicio ha sido también el mejor de nuestra historia en términos de facturación y beneficios, siendo Latinoamérica la más grande contribuidora del grupo por volumen de primas y la segunda mayor por resultados.

Ya en 2023, hemos puesto en marcha una nueva organización regional, con el objeto de simplificar la estructura e incrementar la eficiencia y el control técnico del negocio. Se mantiene Brasil como área regional y México como país estratégico y se crea un área regional, Latam Sur-Centro que engloba los 15 países restantes.

En BRASIL, tuvimos un inicio de 2022 muy complicado, con un fuerte incremento de la siniestralidad en el negocio agrícola, por la histórica sequía que asoló el sur del país. Además, sufrimos el incremento de costes en siniestros de autos y los últimos impactos del covid en el ramo de vida. Sin embargo, las medidas adoptadas posibilitaron un cierre del ejercicio con fuerte incremento en primas y resultados, así como importantes avances tecnológicos. Hay que destacar el enorme esfuerzo realizado por nuestro socio el Banco do Brasil, con el que hemos desarrollado un activo plan de ventas, con enorme éxito tanto en primas como en resultados.

La tendencia positiva del segundo semestre de 2022 nos hace ser optimistas con la evolución en 2023, tanto en primas como en los beneficios. El impacto del incremento de la siniestralidad en el ramo de autos sigue siendo el principal reto, pero las medidas tomadas en precios, selección de riesgos y de corredores rentables producirán sus efectos positivos a lo largo del año. El Banco do Brasil seguirá siendo un gran contribuidor de negocio. Y los esfuerzos en mejora de la eficiencia y reducción de costes internos seguirán siendo uno de los objetivos fundamentales para mejorar nuestra competitividad.

En MÉXICO durante 2022 hemos cumplido con los objetivos de crecimiento en primas emitidas y resultado atribuido, gracias al rigor técnico y al gran trabajo comercial desarrollado. Asimismo, es destacable el avance en la transformación digital de la compañía.

Para 2023 el objetivo es incrementar el peso de México en los resultados del grupo a través del aumento de las primas retenidas en los ramos más rentables, la automatización de procesos a través de la nueva plataforma tecnológica *Newtron* y la reducción de los gastos de adquisición.

En AMÉRICA CENTRAL y REPÚBLICA DOMINICANA en 2022 hemos crecido bien en todos los países, contando además con nuevos acuerdos de distribución y hemos avanzado en la evolución tecnológica y operativa, gracias al Plan América Central. Los principales desafíos en 2023 son estabilizar los resultados de automóviles en Panamá y República Dominicana, avanzar en la implantación tecnológica multipaís, en la homologación de productos y automatización de procesos para conseguir mejoras en la eficiencia, la calidad y servicio a los clientes y mediadores. En República Dominicana contamos además con el apoyo y fortaleza de nuestro socio, uno de los principales grupos financieros del país, el Centro Financiero BHD León.

Para LATAM SUR, el año 2022 ha supuesto un ejercicio histórico, por los niveles de primas emitidas y especialmente por los resultados obtenidos, a pesar del fuerte incremento de la siniestralidad en automóviles. La excelente gestión financiera nos ha ayudado de forma importante a obtener estos resultados. Destacan especialmente los resultados de Perú y Colombia, que entre los dos han aportado el 88% de los beneficios de la región, y también los de Chile y Uruguay.

En 2023 nos proponemos bajar el ratio combinado de automóviles, reducir el ratio de gastos y reforzar los controles técnicos y financieros en cada una de nuestras compañías.

En Latinoamérica también hemos lanzado este año el *Club Milla MAPFRE*, que aglutina a los mejores corredores de vida en un club de prestigio que nace con la vocación de convertirse en la mayor red de vendedores de seguros de vida de todo el continente.

En NORTEAMÉRICA, la principal causa del mal resultado de 2022 ha sido el entorno inflacionario, con una elevadísima siniestralidad en automóviles. Las grandes aseguradoras estadounidenses están reportando también los peores resultados de la historia reciente. En MAPFRE USA hemos mitigado estos impactos con subidas de tarifas, realización de plusvalías y un estricto control en los gastos. En los seguros de daños se prevén incrementos relevantes de tasas por las mayores exigencias de los reaseguradores.

Por otro lado, las subidas de los tipos de interés contribuirán a elevar los ingresos financieros.

Las claves de actuación principales para 2023 son continuar con los incrementos de tarifa, insistir en las medidas de control y reducción de costes, redefinir la estructura de reaseguro y poner en marcha la nueva compañía *Auto Club MAPFRE Insurance Company*, conjuntamente con nuestro socio el club automovilista AAA del estado de Washington.

En Puerto Rico, sin el huracán Fiona, hubiéramos obtenido los mejores resultados de nuestra historia. Continuaremos con nuestra política prudente de selección de riesgos con exposición catastrófica, teniendo en cuenta los incrementos de costes del reaseguro.

Respecto a Eurasia, reconvertida ya en EMEA, ha finalizado el proceso de transformación estructural, con la venta de nuestras operaciones aseguradoras en Asia y la finalización del plan de restructuración de nuestra filial en Italia, que cuenta ahora con una organización más eficiente y mejores capacidades tecnológicas, de tarificación y de suscripción.

En Turquía, los resultados se han visto negativamente afectados por el impacto de la hiperinflación, además del negativo entorno económico que viene sufriendo este país en los últimos años. Alemania y Malta volvieron un año más a mostrar un buen desempeño. En este último país la relación con nuestro socio el *Bank of Valetta* sigue siendo magnífica y nos proporciona grandes oportunidades de crecimiento en los seguros de vida.

El reto en 2023 es continuar creciendo en Alemania mediante nuevos acuerdos de distribución digitales, completar el proyecto de transformación tecnológica en Malta, y lograr crecer rentablemente en Italia a través de nuevos canales digitales complementarios. En Turquía trabajaremos para controlar la volatilidad derivada de la situación económica.

Ahora me gustaría comentarles algunos aspectos sobre las otras Unidades de Negocio:

La Unidad de Reaseguro, al igual que el resto de los competidores, ha experimentado en los últimos años una elevada siniestralidad catastrófica. Pese a ello, la gran diversificación de su cartera y la adecuada gestión de riesgos le ha permitido obtener resultados muy positivos.

La mayor demanda de reaseguro ha impulsado un aumento generalizado en los precios y adecuación de las condiciones de cobertura del sector, que permite prever que entramos en un ciclo de rentabilidad más atractivo. Ante esta expectativa de mejora de márgenes, MAPFRE acordó en diciembre del pasado año una ampliación del capital de MAPFRE RE por importe de 250 millones de euros, para dotarla de mayor capacidad de respaldo a sus clientes y permitirle crecer en un entorno de mercado mucho más rentable.

MAPFRE Global Risks, ha desarrollado un excepcional 2022, impulsado por el crecimiento en nuevos clientes y una siniestralidad muy controlada. De cara a 2023, nos enfrentamos a un escenario más complejo por el incremento de costes del reaseguro.

MAPFRE ASISTENCIA ha dado por finalizado su proceso de reorientación geográfica, con la salida de 22 países desde 2016. En paralelo, está consolidando su propuesta de valor con nuevas capacidades digitales y productos de alta usabilidad. Toda esta transformación, se ha reflejado en 2023 en su nueva marca, MAWDY, más moderna y digital.

SOLUNION, la compañía de crédito y caución desarrollada conjuntamente con nuestro socio *Allianz Trade*, ha obtenido un año más unos resultados magníficos.

En el ramo de crédito seguirá avanzando en su consolidación geográfica, y continuará desarrollando el modelo de caución, potenciando así mismo su presencia en empresas multinacionales latinoamericanas.

Además, nuestro negocio de gestión de activos ha ido ganando protagonismo dentro del Grupo y actualmente juega un papel muy relevante para la consecución de nuestros objetivos.

MAPFRE gestiona más de cincuenta y dos mil millones de euros en todo el mundo. Una gran parte de ese negocio se dedica a gestionar la cartera de inversión de la propia compañía en 26 países, pero además tenemos un creciente negocio de gestión financiera para clientes tanto particulares como institucionales.

MAPFRE AM es la mayor gestora independiente no bancaria del mercado español, con más de nueve mil millones de euros bajo gestión al cierre de 2022, sin contar los mandatos institucionales, que multiplicarían por más de tres veces dicho importe. Por otro lado, MAPFRE Gestión Patrimonial, el servicio de asesoramiento financiero a clientes, creció un 5% en activos el año pasado hasta alcanzar los mil cuatrocientos millones de euros, y cuenta ya con diez oficinas especializadas en España. Además, estamos muy orgullosos de nuestra alianza societaria y de negocio con *Abante*, uno de los líderes españoles en gestión patrimonial. Fuera de nuestras fronteras, acabamos de tomar el control de *La Financiere Responsable*, gestora francesa especializada en la inversión ESG.

También, durante los últimos años, y en un contexto de tipos de interés en mínimos históricos, hemos diversificado más nuestras inversiones. En inmobiliario, por ejemplo, tenemos ya comprometidos más de 800 millones de euros a través de fondos que hemos lanzado con los mejores socios posibles: *Macquarie*, *Munich RE* o *Swiss Life*. Además, hemos hecho lo propio en el terreno de las infraestructuras, también con *Macquarie*, en renovables, con *Iberdrola*, o con *Altamar* en *private equity*.

Hagamos ahora un breve repaso al cumplimiento de nuestro Plan Estratégico trienal, que como saben, el 2022 ha sido su primer año de desarrollo.

Como les presentábamos el año pasado en esta misma Junta, los pilares de este plan estratégico son:

- Crecimiento disciplinado, sostenible, equilibrado y rentable.
- Mejora de la eficiencia interna.
- Impulso de la transformación.

Respecto al pilar crecimiento, hemos conseguido un magnífico incremento en primas de casi un 11%, muy por encima del objetivo promedio fijado para el trienio de entre el 5% y el 6%.

Junto al positivo comportamiento de MAPFRE en España, a pesar de la pérdida de BANKIA, hay que destacar sobremanera el incremento de Brasil, más del 45%, y de la mayoría de los países de Latinoamérica, además del de Reaseguro y el de Estados Unidos.

Pero, somos conscientes de que no hemos alcanzado el objetivo de rentabilidad, ya que el ROE ajustado se ha situado en el 8,4%, algo alejado del promedio previsto para el trienio del 9%-10%.

2022 iba a ser un año en el que esperábamos una rápida recuperación de resultados por la casi desaparición de la pandemia, pero el brusco y grave empeoramiento de la siniestralidad de automóviles en nuestros principales mercados ha opacado la brillantez y consistencia de nuestro modelo de gestión. En algunos países no vimos venir la enorme fuerza con la que iban a subir los costes y tampoco pudimos gestionar adecuadamente la tarifa, bien por vacilaciones y retrasos internos, bien por limitaciones impuestas por el supervisor o por las propias circunstancias del mercado, los distribuidores y la competencia.

Los ajustes a la baja en la tarifa practicados durante los años de la pandemia ante el menor uso de los vehículos, los cambios en los patrones de movilidad, los incrementos de la severidad de los daños, tanto derivados del mayor coste de reparación como por desviaciones provenientes de accidentes causados por mayor velocidad y distracciones, además de otras circunstancias, han producido un alarmante deterioro de la siniestralidad en el ramo. Pero estamos tomando las medidas más adecuadas posibles que ayudarán a mejorar estos resultados a lo largo de este año y el siguiente.

Además, la unidad de reaseguro, aunque ha mejorado significativamente sus resultados, en comparación con el año 2022, tampoco ha podido alcanzar este año sus objetivos económicos, por una mayor frecuencia de siniestros de elevada cuantía.

Pero la diversificación de negocios nos ha protegido. Durante la pandemia, los ramos de vida riesgo, salud y decesos sufrieron fuertes pérdidas por el covid mientras que el ramo de autos compensó positivamente esas desviaciones. En 2022 ha ocurrido lo contrario, las pérdidas obtenidas en el ramo de automóviles han sido compensadas con los magníficos beneficios que el ramo de vida riesgo nos ha dado, en el cual además hemos crecido significativamente.

España, Brasil, Reaseguro y LATAM Sur han presentado resultados muy buenos, por lo que también nuestra diversificación territorial continúa ayudándonos a no depender exclusivamente de una o dos operaciones de gran tamaño. También, Global Risks, México, América Central, Alemania o incluso Asistencia y otros países menores, todos han venido a aportar resultados relevantes en función de su tamaño, lo que nos permite afianzar nuestra confianza en nuestro modelo global diversificado geográficamente.

Respecto al pilar de mejora de la eficiencia y la productividad, estamos muy satisfechos de los avances conseguidos. El dato más relevante, sin duda, es la reducción del ratio de los gastos generales y de adquisición del negocio en casi dos puntos porcentuales. Además, los gastos internos han crecido menos de lo que lo ha hecho la prima devengada. Todos los planes operativos de mejora de la eficiencia operativa, técnica, tecnológica y automatización de procesos continúan aportando capacidades que inciden en esa mejora. Y en nuestro indicador interno de eficiencia y productividad, todos los ratios que afectan a calidad percibida, digitalización del contacto, externalización, lucha contra el fraude y costes de administración presentan una evolución muy positiva.

Respecto al pilar de Transformación, éste es clave para adaptarnos a las nuevas realidades sociales, prestar una mayor atención a las demandas de los consumidores a la vez que introducimos la sostenibilidad en la gestión diaria, la adopción de políticas efectivas de plena inclusión e igualdad de género y muchos otros aspectos culturales que van ya formando parte de nuestro día a día.

Concretamente, de manera pública, nos comprometíamos a, por un lado, reducir, prácticamente hasta la irrelevancia, la brecha salarial de género, y por otro, avanzar rápidamente para que al menos el 90% de nuestras inversiones fueran calificadas con criterios ESG. Avanzamos bien para el cumplimiento de ambos objetivos a la finalización del actual plan estratégico.

Pero como les expuso antes nuestro Vicepresidente 1º, además, tenemos en marcha un completo plan de sostenibilidad, que ha ido mejorando a lo largo de los años, y que continúa presentando exigentes compromisos relativos a:

- asuntos medioambientales, en los que hemos actualizado también nuestras exigencias, tanto en lo que tiene que ver con los requisitos de suscripción como con los de inversión en actividades empresariales que tengan una alta vinculación directa con producción, distribución o consumo de energías provenientes de combustibles fósiles.
- avances sociales, favoreciendo la plena igualdad de género, inclusión e igualdad de oportunidades. Dentro de todas estas políticas, me gusta siempre referirme a una de las que más satisfacciones nos proporcionan a los que trabajamos en MAPFRE, y es que ya el 3,5% de nuestra fuerza laboral son personal con discapacidad.
- Respecto a las mejoras en la gobernanza, junto a todas las acciones para una mayor transparencia, que recogen importantes avances en la comunicación interna y externa, además continuamos trabajando para garantizar un adecuado funcionamiento de nuestros órganos de gobierno, tanto los consejos de administración como los de dirección. Y en este sentido también cabe destacar la continua renovación de estos órganos, que presentan mejoras en sus ratios de igualdad de género y diversidad profesional, como es el caso de este mismo Consejo, que casi alcanza ya la paridad desde hoy, y gracias al apoyo que han mostrado a nuestra propuesta, de incorporar a dos excelentes profesionales, tanto Elena Sanz, quien ya era vocal del patronato de Fundación MAPFRE, como la incorporación de una persona con un altísimo perfil financiero internacional como es el caso de Francesco Vanni, que muestra una trayectoria profesional impresionante.

Toca ahora presentar la revisión realizada de nuestros compromisos estratégicos públicos presentados a esta JGA el año pasado y concluimos que:

- En cuanto al crecimiento, mantenemos el mismo objetivo de crecimiento de entre 5% y 6% para estos dos años restantes, con lo que el crecimiento promedio del trienio sería superior al 7%, al haber crecido en este primer año un 11%.
- El ratio combinado promedio se situará en torno al 96% para estos dos años siguientes. Además de ser un objetivo alcanzable, es suficiente para alcanzar la rentabilidad deseada, dado que los tipos de interés se están situando en niveles más elevados a los inicialmente previstos.
- Mantenemos nuestro objetivo de ROE promedio entre el 9% y el 10%.

Además, también confirmamos nuestro marco de referencia:

- Mantener el margen de solvencia (SII) en torno al 200%, con un margen de tolerancia de más/menos 25 puntos.
- Retribuir a los accionistas con un pay out por encima del 50%.
- Y contener nuestro ratio de endeudamiento entre el 23% y el 25%.

Como ya les ha comentado nuestro Consejero-Director Financiero, desde comienzos de este año están vigentes las nuevas normas internacionales de información financiera, que también son aplicables a MAPFRE. No afectan a nuestro exigente compromiso de transparencia, aunque requerirán un esfuerzo adicional de adaptación, y confiamos en que puedan ayudarnos a mejorar nuestra gestión empresarial. No esperamos cambios relevantes en los indicadores básicos de la gestión aseguradora, y es por ello por lo que damos continuidad a los objetivos definidos el año pasado en nuestro Plan Estratégico y que hemos procedido a actualizar, según lo que les acabo de comentar, atendiendo al nuevo contexto económico.

Y también confirmamos el resto de los objetivos públicos sociales, medioambientales y de gobernanza.

En la parte final de esta Junta, no quiero dejar de recordar a dos personas que han desarrollado una trayectoria muy relevante en MAPFRE desde este Consejo de Administración y en muchos otros órganos de supervisión, y que hoy ya se

sientan como invitados entre ustedes, al haber alcanzado recientemente la edad estatutaria prevista. Me refiero, en primer lugar, a Alfonso Rebuelta Badías, quien, como consejero durante más de 20 años, ha participado activamente en todas las decisiones relevantes de este grupo, tanto en su desarrollo internacional, como en la apuesta por el negocio de la gran empresa y el desarrollo estratégico de nuestro grupo. Y también José Antonio Colomer Guiu, consejero durante los últimos ocho años y cuya elevadísima experiencia financiera internacional ha sido de enorme apoyo para la toma de decisiones en estos intensos últimos años. Gracias a ambos por su lealtad y apoyo y resultados.

Para ir finalizando, a modo de síntesis, quiero reforzar la idea de que, aunque no hemos podido cumplir con el objetivo de ratio combinado, y por tanto el ROE ha quedado algo por debajo de nuestras expectativas para este primer año del Plan Estratégico 2022-2024, el desarrollo de negocio y el desempeño estratégico han sido muy positivos y contamos con un balance saneado y una excelente posición de solvencia, además de poder sentirnos orgullosos porque el proceso de transformación del grupo continúa avanzando muy positivamente.

Además, señoras y señores accionistas, un año más vamos a poder cumplir de manera muy satisfactoria con el objetivo de retribuirles adecuadamente, una vez aprobada la propuesta presentada por el Consejo de Administración, con un pago total de 447 millones de euros o lo que es lo mismo 14,5 céntimos de euros por acción, lo que continúa colocando nuestra retribución al accionista como una de las más elevadas, y siempre en efectivo, del mercado bursátil español.

Señoras y señores, como les hemos hecho palpable a lo largo de esta Junta, tanto en la parte gráfica como en algunos mensajes, estamos de celebración. Nuestro grupo alcanzará el próximo día 16 de mayo una supermayoría de edad muy especial. Cumpliremos noventa años de vida, noventa años de ilusiones, noventa años de esfuerzos a lo largo de los cuales varias generaciones han contribuido al desarrollo y transformación de esta empresa. Nueve décadas al cabo de las cuales hemos alcanzado la cifra más alta de ingresos que hayamos tenido nunca, habiéndonos consolidado como la mayor aseguradora española, y la primera en Iberoamérica, además de contar con una de las mayores

reaseguradoras del mundo; pero más allá de los rankings comerciales y técnicos, sin lugar a dudas, al menos para todos nosotros, clientes, empleados, mediadores, colaboradores y también para ustedes, señores accionistas, la primera en todo aquello que tiene que ver con compromiso empresarial y social, gracias a nuestros sólidos valores institucionales y empresariales. Nuestro mayor accionista, Fundación MAPFRE, viene a representar para todos, también para ustedes, la tranquilidad de seguir confiando en un gran proyecto empresarial independiente, de largo plazo, que viene identificado tanto por su espíritu emprendedor, innovador y de generación de valor como por su vocación de querer ser firme creador de riqueza social, que ayude a mejorar la prosperidad y las condiciones de vida de los ciudadanos en un mundo más equilibrado, justo y solidario. Ese es nuestro propósito, que sabemos que comparten con nosotros. Muchas gracias por todo ello y por su confianza para seguir trabajando para fortalecer aún más esta empresa y mejorar sus resultados empresariales.

Muchísimas gracias además por su asistencia y atención.

Antes de marcharme, les dejo con un video que a modo de resumen viene a presentar lo que han sido estos noventa años de vida empresarial y de responsabilidad social.

Muchas gracias de nuevo.